



Patrícia Grossi Reis

**Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos
consumidores de baixa renda**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Administração da PUC-Rio.

Orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro

Abril de 2006



Patrícia Grossi Reis

Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos consumidores de baixa renda

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Paulo Cesar de Mendonça Motta
Orientador
PUC-Rio

Paulo Cesar de Mendonça Motta
PUC-Rio

Angeluccia Bernardes Habert
PUC-Rio

Marivânia de Araujo
UEM

João Pontes Nogueira
Coordenador(a) Setorial do Centro de Ciências Sociais - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 5 de abril de 2006

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Patrícia Grossi Reis

É Mestre em Administração de Empresas pela PUC-Rio. Graduiu-se em Administração de Empresas, com especialização em Marketing pela University of Kansas, EUA. Recebeu bolsa de auxílio de desempenho em todo seu histórico acadêmico e participou de diversos congressos de integração latino-americanos na área de administração. Profissionalmente exerceu cargos de análise e gerência na área de Marketing de Relacionamento na Sprint, empresa de telecomunicações nos Estados Unidos.

Ficha Catalográfica

Reis, Patrícia Grossi

Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos consumidores de baixa renda / Patrícia Grossi Reis ; orientador Paulo Cesar Motta. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Administração, 2006.

83 fl. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração

Incluí referências bibliográficas.

1. Administração - Teses; 2. Baixa renda; 3. Alimentação; 4. Risco; 5. Comportamento do consumidor; 6. Marketing

CDD:658

Dedico este trabalho ao meu marido, pela cumplicidade absoluta em todos os momentos; à minha mãe, pelo amor e incentivo; e ao meu saudoso pai, eterna fonte de inspiração.

Agradecimentos

Ao meu orientador Paulo Cesar Motta pela amizade, confiança e orientação, fundamentais à realização deste trabalho.

À Capes e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos durante o curso.

Às professoras Marivânia de Araújo e Angeluccia Habert que participaram da comissão examinadora.

À minha família, pelas incessantes orações.

À Ana Raquel e à Mariana, companheiras de vida, pela profunda amizade e apoio nos momentos mais difíceis, e também pelas gargalhadas até o último segundo.

À Gi, pelo pontapé inicial.

À Camila Braga, pelo incentivo e sugestões, principalmente no início desta jornada.

A todos os meus amigos pela paciência e compreensão.

Aos professores e funcionários do Departamento de Administração pelos anos de convivência inesquecíveis.

Resumo

Reis, Patrícia Grossi; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos consumidores de baixa renda.** Rio de Janeiro, 2006. 83p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo investiga o comportamento do consumidor de baixa renda frente aos riscos inerentes à escolha dos itens que compõem sua cesta de alimentação. A restrita renda desta população limita a realização de gastos adequados com educação, saúde, recreação e outras necessidades, fazendo com que a escolha da cesta de alimentos tenha um peso especial na expressão dos seus desejos e preferências. Este fato aponta para uma percepção mais aguçada dos riscos incorridos durante a seleção da cesta, algo naturalmente mais trivial para indivíduos que dispõem de mais recursos. Como este consumidor não tem recursos para refazer compras equivocadas ou corrigir experiências negativas de consumo, a frustração proveniente de possíveis erros na escolha de produtos pode sair cara. A análise dos fatores geradores de risco e de suas respectivas estratégias de mitigação, propostos por este estudo de natureza exploratória, revela a complexidade típica de decisões sujeitas a múltiplas restrições.

Palavras-chave

Baixa renda, Alimentação, Risco, Comportamento do consumidor, Marketing

Abstract

Reis, Patrícia Grossi; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **Food consumption: the risk on consumer behavior of low-class consumers.** Rio de Janeiro, 2006. 83p. MSc. Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This study investigates the behavior of low-income consumers when faced with the inherent risks associated with choosing the food items that make up their regular diet. Their restricted budget limits expenditures on necessities such as education, healthcare and entertainment, which in turn, gives the choice of food items a special role in the expression of these consumers' wishes and preferences. This suggests that low-income consumers have a more acute perception of the risks incurred during the selection of the items, something perceived as trivial for wealthier individuals. Since these consumers has no extra resources to undo their mistakes or fix negative consumption experiences, the frustrations spawned from possible purchase errors may be high. The analysis of the risk generating factors and their respective coping strategies, proposed by this exploratory study, reveals the typical complexity of decisions that are subjected to multiple restrictions.

Keywords

Low-income; Food; Risk; Consumer behavior; Marketing

Sumário

1 O Problema	13
1.1. Introdução	13
1.2. Caracterização do consumidor de baixa renda	14
1.3. Objetivos	15
1.4. Relevância do Estudo	16
1.5. Delimitação do Estudo	17
2 Referencial Teórico	19
2.1. Risco	19
2.1.1. O conceito de risco	19
2.1.2. Risco e incerteza	21
2.1.3. Conceito econômico de aversão ao risco	22
2.1.4. Dimensões do risco	23
2.1.5. Risco percebido e qualidade	25
2.2. Redução do risco percebido	26
2.3. O Processo de escolha do produto	27
2.3.1. Avaliação de alternativas	27
2.3.2. Regras de decisão	29
2.4. Grupos de referência	30
3 Metodologia	32
3.1. Tipo de Pesquisa	32
3.2. População Pesquisada	32
3.3. Coleta dos Dados	34
3.4. Análise dos Dados	36
3.5. Limitações do Método	36
4 Resultados	38
4.1. Fatores geradores de risco na compra de alimentos	38
4.1.1. Expectativas da família	39
4.1.2. Restrição de tempo	42
4.1.3. Discrepância de qualidade percebida	44

4.1.4. Variação de preço	49
4.1.5. Indivisibilidade da embalagem	51
4.1.6. Ameaça à saúde	53
4.2. Estratégias de mitigação dos fatores geradores de risco	54
4.2.1. A formulação do conjunto evocado pessoal	54
4.2.2. Lealdade à marca	56
4.2.3. Aumento da frequência de compra	60
4.2.4. Uso dos sentidos na escolha do produto	61
4.2.5. Informação pré-compra	65
4.2.6. Diversificação de marcas	67
4.3. Relação entre os fatores geradores de risco e as estratégias de mitigação dos fatores	67
5 Conclusão	69
5.1. Resumo dos resultados	69
5.1.1. Proposições	70
5.1.1.1. Proposições referentes aos fatores de geração de risco	70
5.1.1.2. Proposições referentes às estratégias de redução dos fatores geradores de risco	72
5.2. Discussão	73
5.2.1. Importância da cesta de alimentação	73
5.2.2. Produtos imprescindíveis e supérfluos	74
5.3. Implicações Gerenciais	76
5.4. Sugestões para estudos futuros	77
6 Referências Bibliográficas	79
7 Anexos	82
7.1. Categorias de produtos e marcas utilizados nas fichas	82

Lista de figuras

Figura 1: Composição dos Domicílios por Classe de Rendimento	14
Figura 2: Tipos de risco percebido	24
Figura 3: Conceituação do comportamento do consumidor e desempenho do produto	27
Figura 4: Dimensões do Risco e Fatores Geradores de Risco	38
Figura 5: Estratégias de mitigação dos fatores de risco	39
Figura 6: Relação entre os fatores geradores de risco e as estratégias de mitigação	68

Lista de quadros

Quadro 1: Crenças filosóficas sobre o risco percebido	20
Quadro 2: Produtos Imprescindíveis e Produtos Supérfluos	75

Lista de tabelas

Tabela 1: Perfil dos entrevistados

33